家電 公取協ニュース
Home Electric Appliances Fair Trade Conference
Vol.120
発行日 2013 年 1 月 1 日

年頭所感

新年明けましてお目出とうございます。皆様におかれましては、良き新年を迎えられたことと存じます。ここに謹んでお慶び申し上げます。

さて、振り返りますと、昨年は、不安定な政治情勢の中、我が国産業界は、円高をはじめ、六重苦とも七重苦ともいわれる厳しい事業環境の下で、もがき苦しんだ年と言っても過言ではないでしょう。また、東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故の復旧、復興が懸命に図られつつありますが、未だ、前途は多難であると言わざるを得ません。

我が家電業界でも、エコポイント制度や地上波デジタル化移行などの反動や世界的な需給構造の変化が顕著となり、クロ物を中心にして誠に厳しい状態が続いております。反面、メーカー間、流通事業者間の競争の下、価格の下落は顕著であり、一貫して消費者の皆様に大きなメリットがもたらされてきたものであります。

このような中にあって、公益社団法人全国家庭電気製品公正取引協議会（家電公取協）におきましては、規約の厳正かつ適切な運用を旨として、規約運用上の諸基準を策定するなどして適正な表示の推進を図って参りました。

また、優越的地位の濫用や不当廉売に対する課徴金の賦課等を内容とする改正独占禁止法の施行、不当廉売規制等に関するいわゆる家電ガイドラインの改訂などによりまして、公正で自由な取引を推進する環境も更に整備されてきた中で、当協議会におきましても、これら法令・ガイドラインの内容に即しまして、関係法令の一層の遵守活動を推進して参りました。

このような経緯を踏まえまして、今年以降の家電公取協の課題などについて二、三所感を申し述べさせていただきます。

（法人全般）

公益法人改革の中で、昨年の５月１日から「公益社団法人」としていわば第２の創業期をスタートさせたわけでありますが、新法人の下では、一般社団法人法による規律に加重して公益性の観点からの規律も受け、まさに「公益」社団法人として活動することになったものであり、改めて当協議会の公益性、重要性（それは、規約を遵守する、すなわち自らが決めたルールを以って自らを厳しく律することにより「消費者」の利益を図るということですが）をお互い確認するとともに、それに相応しい体制（手段）をもって、それに相応しい事業（目的）の推進を図ってまいりたく存じます。

（製造業部会）

製造業部会におきましては、本年も引き続き、表示規約の徹底を図ることが最重要であると考えております。昨年は、残念ながら当協議会の会員が景品表示法違反として措置命令を受ける事態が生じましたが、再びこのようなことのないよう会員の皆様とともに、心していきたいと思います。

また、世のニーズの動向に対応して特定の効能・効果を強調する表示もみられるところでありますし、新たな商品や商品群も出現しておりますので、既存の諸ルールを徹底的に見直し、虚心坦懐に時代の要請する新たなルール作りに取り組んでいく必要があると考えております。

（小売業部会）

2009 年に変更しました小売業表示規約の施行も、早や数年の月日が経っておりますところ、引き続き会員への規約の周知徹底活動を行っていく必要があると考えております。

また、一昨年秋から、作業グループを設けて、小売業表示規約見直しの検討を行っておりますが、会員間で忌憚のない議論をしていただき、速やかに総意をもって適切妥当な成案を得たいと考えております。

冒頭でも述べましたように、「公益社団法人」に移行した中で、その体制に恥じない内容とすべく、今一度初心に立ち返り、各部会、各関係委員会などにおきまして、家電公取協の活動のあり方、その内容等について見直しの議論を深めていきたいと存じます。何事もそうですが、前例や従来の経緯にとらわれている必要はないと考えております。真に必要かつ効果的な事業を公正に推進し、公益に資するという観点から、会員の皆様の建設的な議論と貢献をお願い致します。

災害とともに、経済状況におきましても、まだまだ厳しい状態が続きそうではございますが、このような時期にこそ新たなものが生まれるものでありますので、みんなで知恵を出し、また汗をかいて果敢にチャレンジしていく必要があると考えております。皆様方のご理解、ご支援をお願いし、また関係部会・委員会等での真摯な取組みをお願い致します。

最後になりましたが、関係の皆様方のご発展とご健康を祈念して、年頭のご挨拶と致します。

専務理事　山木　康孝

2012年　家電公取協の動き

	主な活動内容	社会の動き
1月		・中華民国総統選挙で馬英九氏が再選(1/14)
2月	・第18回消費者懇談会(東京会場、2/8) ・小売業部会本部規約指導委員会(2/22)	・復興庁発足(2/10)
3月	・小売業部会運営委員会(3/9) ・表示セミナー「商品安全と表示について」(3/13) ・独占禁止法セミナー「独占禁止法の日韓比較」(3/29)	・世界人口が70億を突破(米国国勢調査局推計による)
4月	・第30回製造業部会全国支部長会議(4/6) ・第62回製造業部会理事会(4/13) ・表示セミナー「自動車業界における公正競争規約の運用等について」(4/17)	・北朝鮮で金正恩氏が労働党第一書記に就任(4/11) ・新東名道路(御殿場～浜松間)が開通(4/14)
5月	・公益社団法人 全国家庭電気製品公正取引協議会に移行(5/1) ・第38回景品規約遵守体制強化月間(7月まで) ・独占禁止法セミナー「優越的地位の濫用規制について」(5/29)	・北海道電力、泊原発を停止、国内で稼働する原発は「ゼロ」状態に(5/5) ・金環日食を観測(5/20) ・東京スカイツリー開業(5/22)
6月	・小売業部会本部規約指導委員会(6/8) ・平成24年6月度本部チラシ調査(6/22～7/6) ・第1回小売業部会役員会(6/22) ・第1回理事会 (6/22)	・メキシコでG20首脳会議開催(6/18)
7月	・平成24年度定時社員総会 (7/19)	・関西電力大飯原発を再稼働(7/5) ・九州北部で記録的集中豪雨(7/11) ・ロンドンオリンピック開催(7/27～8/12)
8月		・「消費税増税を柱とする社会保障・税一体改革関連法案」成立（8/10） ・消費者庁長官に阿南久氏が就任(8/10)
9月	・第2回小売業部会役員会(9/6) ・「消費者モニターテーマ別研究会」報告会(9/6) ・小売業部会本部規約指導委員会(9/7) ・3規約及び施行規則を一部変更(9/25)	・尖閣諸島問題を発端に中国で反日デモが活発化(9/15) ・公正取引委員会の竹島委員長が退任(9/27)
10月	・独占禁止法セミナー「欧米の独占禁止法について」(10/9) ・製造業部会全国支部活動連絡会議(10/26) ・第39回景品規約遵守体制強化月間(12月まで)	・京大 山中教授のノーベル賞受賞が決定(10/8) ・アメリカ東海岸でハリケーン「サンディ」が発生、ニューヨークで大被害(10/29)
11月	・小売業部会本部規約指導委員会(11/9) ・製造業部会合同研修会(11/16)	・米国大統領選挙でオバマ氏が再選(11/16) ・中国共産党大会で次期国家主席に習近平氏を選出(11/18)
12月	・平成24年12月度本部チラシ調査(11/23～12/9) ・第1回製造業部会役員会(12/7) ・第3回小売業部会役員会(12/11) ・広告セミナー「薬事法に関するJAROへの苦情・相談事例と家電品における留意点」(12/20)	・第46回衆議院総選挙で自公が過半数を獲得(12/16) ・韓国大統領選挙で朴槿恵氏が当選、韓国で初の女性大統領誕生へ(12/19)

製造業部会の動き

◎製造業部会役員会を開催
平成 24 年 12 月 7 日（金）家電公取協にて、製造業部会としては公益社団法人移行後初めてとなる役員会が開催された。
会議は、冒頭、辻理事（ソニーコンスーマーセールス㈱）を議長に選出し、①平成 24 年度上半期事業活動について、②上半期収支見込みについて、③平成 25 年度公取協運営について、④第 19 回消費者懇談会開催について報告が行われた。
役員会終了後、山木専務理事より、「公正な取引の推進について」と題した講話があった。

◎合同研修会を開催
平成 24 年 11 月 16 日（金）一宮シーサイドオーツカにて合同研修会が開催され、製造業部会の 6 専門委員会の 44 名が参加した。
研修会第一部では、ソニーリージョナルセールス（株）常務取締役 田中豊興氏より「Customer Satisfaction（CS）を考える」、「消費者対応と法律的背景」と題して、業界における CS の現状や環境変化による消費者対応などについて、自社および他社で発生した事例を交えながら講演が行われた。続いて第二部では、山木専務理事より「最近の不公正な取引方法と不当表示事案について」と題し、独占禁止法の優越的地位の濫用、不当廉売、景品表示法の不当表示の各規制について解説がなされ、優越的地位の濫用に関する課徴金賦課事案や不当廉売における違反かどうかのポイント、最近の警告事案などが紹介された。
企業を取り巻く環境変化（法律、社会、消費者対応など）や商品やサービスなどの取引形態も多様化し、コンプライアンスに対する関心と強化が求められる昨今、参加者にとって意義深い内容の研修会となった。

◎広告委員会が広告セミナーを開催
開 催 日：平成 24 年 12 月 20 日（木）
会　　場：家電公取協会議室
テ ー マ：「薬事法に関するＪＡＲＯへの苦情・相談事例と家電品における留意点」
講　　師：公益社団法人　日本広告審査機構　審査役　小野 喜一氏
参加人数：67 名

昨今、人体や快適空間に対する効能・効果を謳うような薬事法に関わる表示が重要性を増してきている。そこで今回、公益社団法人 日本広告審査機構　事務局から広告委員会ＯＢで薬事法に造詣の深い小野喜一氏にお越しいただき、最近ＪＡＲＯに寄せられた薬事法に関する苦情や相談内容について、具体的な事例を踏まえ、ご講演いただいた。
特に、最近新しい商品が相次いで市場に投入される美容家電については、化粧品の違反事例を参考に効能・効果を訴求する表示を行う場合、その表示の裏付けとなる合理的根拠が如何に重要か再認識することができた。
今後、適正な広告表示を行っていく上で非常に参考になり、大変意義深いセミナーであった。

小売業部会の動き

◎小売業部会役員会を開催
平成 24 年 12 月 11 日（火）家電公取協にて、第 3 回役員会が開催された。
会議は、冒頭、北原部会長を議長に選出し、①平成 24 年度上半期事業活動について、②上半期収支見込みについて、③平成 25 年度公取協運営について、④第 19 回消費者懇談会について、⑤小売業表示規約検討の状況について、等の報告があった。

◎小売業表示規約検討ＷＧを開催
平成 24 年 11 月 28 日（水）家電公取協にて、第 11 回WGが開催された。
検討課題となっている各項目について、個別加入法人間の意見集約案をもとに審議を行った。

◎「正しい表示　店頭キャンペーン」を各支部で実施中
毎年 10 月から 11 月は、店頭キャンペーンを実施する支部が最も多い期間である。このうち、11 月 20 日（火）に行われた群馬県支部の店頭キャンペーンには、小売業支部から濱川支部長を含む 8 名、行政から群馬県生活文化部消費生活課の 3 名、消費者代表が 6 名、製造業部会関東支部から 6 名、家電公取協事務局から 1 名の計 24 名が参加。それぞれに行政担当者 1 名と消費者代表 2 名を含む 3 班に分かれ、各班が 3 店舗ずつ計 9 店舗を訪問した。
小売業表示規約の啓発による遵守を目的に、調査店の店舗責任者に対しより一層消費者に分かりやすい表示を心掛けるよう要請した。
6 名の消費者代表には、アンケートを実施。特にプライスカードについては「重ねて貼ってあるプライスが分かりにくい」等、改善を求める意見が多かった。
店舗訪問後に行われた報告会では、各店舗のトピックスが報告されたほか、行政担当者から「今後の消費者行政に生かしていきたい」との挨拶があった。

～「鉄腕アトム」テレビ放送50周年～

Ⓒ手塚プロダクション・虫プロダクション

「♪空をこえて、ラララ星の彼方～」。政府が推進するクールジャパン戦略の一翼を担う「アニメーション文化」を日本中に植えつけたのは、『「鉄腕アトム」のテレビ放送』で間違いないでしょう。50年前の1963年（昭和38年）1月1日、日本初の本格的連続テレビアニメシリーズとして放送がスタート。視聴率は、初回 27.4%、最高 40.7%、平均約 30%と、全国700 万以上の世帯が毎週アトムの魅力に引きつけられていたことになります。

「鉄腕アトム」の時代設定は、今から10年前の2003年。残念ながら今に至ってもアトムのような７つのチカラを持つロボットや、宙を浮いた車が行き交う世の中ではありません。それでも、私たちが思い描く「いつか来る未来の生活」に限りなく近いイメージであることに間違いはないでしょう。

しかし手塚治虫氏は、アトムを通じて「もっと地球に耳を傾け、緑豊かな地球のもとで子どもたちの無限の可能性を育む」ということを視聴者に伝えたかったのです。アトムが今もなお愛されているのは、単なるフィクションではなく、1951年（昭和26年）の原作制作当時から、未来の社会に対して警鐘を鳴らす思いがしっかりと込められ、私たちが知らず知らずのうちに感じ取っているからかも知れません。

また、手塚氏の志を受けついだ当時の若手スタッフは、「機動戦士ガンダム」の原作者・富野由悠季氏をはじめ、さまざまなテレビアニメの制作を通じて、私たち視聴者に夢や感動を与えてくれています。

今の家電品は、生活をよりスマートにできる商品が主流となりました。そのうえで家電品が、50 年前のテレビのように夢や感動を創造するクリエイターやアーティストを生み、育くむツールの一つとして活用されたら、生活がより豊かになるのではないのでしょうか。

参考文献：「手塚治虫劇場」（株式会社手塚プロダクション）
「ガラスの地球を救え」（手塚治虫）

わたしの意見

当協議会では、登録された消費者モニターの方への定期的なアンケートを実施しています。
その際に寄せられたご意見を「消費者の生の声」として掲載します。

①最近のチラシでＡ店の暖房商品の特集が載ったチラシに興味を持ちました。毎年石油ファンヒーターを使用しているのですが、灯油代がすごくかかり、省エネエアコンを購入してエアコン暖房に変えようかと考えていたからです。消費者に、チラシを見て欲しい！　お店に足を運んで欲しい！　という気持ちがよく伝わってきたチラシでした。（鳩ヶ谷市　パート）

②最近、家電各社の製品である太陽光発電（ソーラーパネル）の販売を家電量販店の店頭で展示しながら行っている店が多くなってきた。また、折り込みチラシにも宣伝が見受けられるようになってきた。ところでソーラーパネルは一般家電製品の様に統一した広告等の基準があるのだろうか。例えば発電効率の表示や耐久年数の基準等判らない点が多い。太陽光発電機器について、公正に判断できる基準が欲しいと思う。（池田市　自営業）

③チラシにエアコン購入特典で「詳しくは店頭係員まで」というのは不親切。普通のチラシは「どの店へ行こうか」決める要因として使えるのに、家電店のチラシは「まず店へ来て下さい。話はそれから」という感じでそもそもスタンスが違うと思う。情報社会の今、時間もない中で気軽に店頭へ足を運べる人ばかりではないと思います。「当社指定」「他にも特典」などとおいしい言葉ばかりで、実際の所はわからないのも不親切と思います。（高崎市　主婦）

④最近は取扱説明書が各メーカーのネット上で電子マニュアル化されて、購入時にはごく簡単なものしか付かなくなってきている。大量のページをめくって探す必要はなくなったが、各世代の誰もが見ることを考えると、一概に全て電子化もどうなのか・・・と思うことがある。特に高齢者は「取扱説明書は難しくて読んでも分からない」と頭から思っている人が多いことも事実。メーカーの方々にもその点をご理解いただき、超高齢化社会になった世の中も見据えての商品開発はもちろん、取扱説明書についても研究していただきたいと思います。（横浜市　主婦）

＜編集後記＞

厳しい世情でも、近年の初売り商戦で人気の福袋。ブランド物から実用品まで、運試しの要素を含めて中身への期待が膨らむ。「我が国に好景気を授けてくれる幸運いっぱいの福の詰め合わせ」そんな福袋があれば良いのに・・・と新年を迎えて思う。本年もよろしくお願いします。（S．Y）

公益社団法人 全国家庭電気製品公正取引協議会
〒105-0001 東京都港区虎ノ門1-19-9
(虎の門TBLビルディング2階)
TEL (03) 3591-6023　FAX (03) 3591-6032
http://www.eftc.or.jp
編集・発行人：樋口純一